

związanymi np. z zarządzaniem hotelami, pensjonatami, domami wypoczynkowymi itd. Prezentowane publikacje wypełniają częściowo dość dużą lukę w polskiej literaturze fachowej nt. hotelarstwa na poziomie średniej szkoły technicznej. Niezły poziom edytorski (z wyjątkiem fotografii odbiegających swoim poziomem nawet od wydawnictw gazetowych), układ treści, wyraźne zaznaczenie zagadnień najważniejszych, godnych zapamiętania, uwagi wydawcy polskiego, a także dobre językowo tłumaczenie, czynią z przedstawionych publikacji jedno z najbardziej przydatnych źródeł podstawowych wiadomości z zakresu hotelarstwa.

Mgr Bogdan Włodarczyk
Katedra Geografii Miast i Turyzmu
Uniwersytet Łódzki
al. Kościuszki 21
90-418 Łódź

Wpłynęło:
10 marca 1997 r.

J. CHRISTOPHER HOLLOWAY, *PODSTAWY TURYSTYKI*, POLSKA AGENCJA PROMOCJI TURYSTYKI, WARSZAWA, 1996, ss. 69

Prezentowana praca została wydana w ramach programu PHARE „Rozwój Turystyki w Polsce”, przy udziale finansowym Komisji Wspólnot Europejskich. Wykorzystuje ona materiały z publikacji English Tourist Board i World Tourism Organisation i ma charakter podręcznika wprowadzającego w naukę przedmiotu. Opracowanie składa się z 10 rozdziałów o nierównej objętości, od 3 do 8 stron.

Rozdział pierwszy odgrywa rolę wprowadzającą w zagadnienia dotyczące istoty podróżowania i zatytułowany jest „Największy przemysł świata”. Rozwój przemysłu turystycznego autor traktuje jako funkcję czasu wolnego i zasobności społeczeństwa. Dodatkowymi elementami go kształtującymi są relatywnie niższe koszty podróży niż kilkadziesiąt lat temu, niższa cena jednostkowa i lepsza promocja, a także potrzeba zmiany otoczenia, nawyki i chęć podniesienia własnego prestiżu.

Rozdział drugi nosi tytuł „Rodzaje turystów”, co sugeruje, że zostaniemy zapoznani z kryterium podziału i klasyfikacją turystyki. Jednakże autor ogranicza się do wyliczenia cech charakteryzujących turystę i podkreślenia trudności

z poszufladkowaniem i rejestracją podróży. Wybiórczo przytacza przykłady podróżowania z obowiązku i dla wypoczynku oraz wyjazdów typu VER (odwiedziny krewnych i przyjaciół). Klasyfikację sprowadza do podziału na wycieczkowiczów i turystów, turystów krajowych i zagranicznych, przyjazdowych i wyjazdowych. Znacznym walorem tej części pracy jest duża liczba pytań i poleceń, za pomocą których autor próbuje uzmysłowić nam różnice pomiędzy poszczególnymi pojęciami.

Rozdział trzeci poświęcony został roli i rodzajom transportu publicznego. Przedstawiono w nim podstawowe czynniki wyboru odpowiedniego środka transportu: szybkość, dostępność, koszt i wygoda. Omówione zostały poszczególne rodzaje komunikacji, ich wady, zalety i konkurencyjność oraz niektóre z elementów zagospodarowania (m.in. terminale). Na koniec wymienione zostały alternatywne formy podróżowania, ze szczególnym uwzględnieniem wędrówek pieszych, będących odzwierciedleniem mody na **zieloną turystykę**. Przy omawianiu poszczególnych zagadnień autor zwraca uwagę na nowoczesne rozwiązania oraz na działania mające na celu przyciągnięcie klienta.

Dwa kolejne rozdziały dotyczą atrakcji turystycznych. Do podstawowych walorów wypoczynkowych związanych ze środowiskiem naturalnym zaliczone zostały rzeźba terenu, wybrzeża morskie, wody śródlądowe i klimat. Spośród innych atrakcji autor wymienia rezerваты zwierząt i dziewiczą przyrodę. Podkreśla również walor nowości, który posiadają tereny uważane do niedawna za nieatrakcyjne turystycznie, jak Syberia, Sahara czy obszary podbiegunowe.

W przypadku walorów antropogenicznych autor nie dokonuje klasyfikacji, lecz wymienia 10 największych atrakcji turystycznych Anglii, celem ukazania ich różnorodności. Jako atrakcyjne traktuje także imprezy – festiwale i igrzyska olimpijskie. Zwrócenie uwagi na walory miast i obiektów przemysłowych jest, zdaniem autora, sposobem na odciążenie ruchu turystycznego od tradycyjnych ośrodków wypoczynkowych. Ogromne znaczenie dla siły przyciągania ma ponadto lokalizacja obiektów w stosunku do innych atrakcji, rozrywek i centrum miejskiego. Zagadnienia dóbr turystycznych potraktowane zostały bardziej problemowo niż faktograficznie, dlatego wybaczyć można wybiórczą prezentację rodzajów atrakcji. Szkoda jednak, iż pominięto całkowicie walory związane z kulturą ludową czy kultem religijnym.

Rozdział szósty poświęcony został bazie noclegowej i gastronomicznej. Omawia on podstawowe rodzaje zakwaterowania. Szczególnie dużo miejsca zajmuje w nim charakterystyka usług hotelarskich, w tym także form własności i zarządzania. Temat usług gastronomicznych sprowadzony został do podkreślenia renomy kuchni regionalnej oraz omówienia jednego z typów sieci restauracji samoobsługowych.

Rozdział siódmy dotyczy w całości roli, jaką w branży turystycznej pełnią touroperatorzy. Autor omawia m.in. sposób ich funkcjonowania, systemy dystrybucji oferty, rolę agencji turystycznych. Wyrokuje, że w przyszłości rozwiną się nowe formy sprzedaży bezpośredniej za pomocą systemów komputerowych,

dostępne dla klientów indywidualnych i zadaje pytanie: **co w rezultacie stanie się z agencjami turystycznymi?**

Rozdział ósmy zatytułowany został Planowanie i kontrola. Uwypuklono w nim rolę jaką w rozwoju i regulacji działań turystycznych odgrywa państwo i władze lokalne, poprzez stosowanie narzędzi kontroli i bodźców (barier politycznych, finansowych, przestrzennych, koncesji, subwencji). Poruszony został także temat turystyki socjalnej. Jego znaczeniu w wypoczynku mieszkańców krajów Europy Środkowowschodniej poświęcono jednak zaledwie jedno zdanie.

Kolejny rozdział dotyczy marketingu i promocji. Autor podkreśla znaczenie działalności organów państwowych i samodzielnych podmiotów gospodarczych dla kształtowania świadomości. Przedstawia podstawowe formy promocji bezpośredniej, działalność centrów informacji turystycznej w Wielkiej Brytanii oraz rolę, jaką w reklamie odgrywają środki masowego przekazu.

Rozdział ostatni pełni funkcję podsumowującą. Autor próbuje uświadomić nam społeczne i ekonomiczne znaczenie turystyki oraz jej pozytywne jak i negatywne skutki. Interesujący jest zaprezentowany na zakończenie cykl życia miejscowości wypoczynkowej. Głównymi jego fazami są: wzrost popularności, gwałtowny rozwój prowadzący do zatłoczenia i w konsekwencji spadek liczby przyjeżdżających. W ostatnich zdaniach autor zadaje pytanie o przyszłość turystyki. Prognoza brzmi raczej optymistycznie: przy umiejętnym zarządzaniu, kontroli i równomiernym rozkładzie w przestrzeni, turystyka może nadal się rozwijać i być czynnikiem sprzyjającym.

Na końcu zamieszczony został indeks zawierający alfabetyczny spis haseł, nazw miejscowości, obiektów i instytucji wymienionych w publikacji.

Zaprezentowana praca nawiązuje do najnowszych wydarzeń i trendów, jakie mają miejsce w turystyce na świecie. Podstawowym jej walorem jako podręcznika jest duża liczba przykładów, poleceń i ćwiczeń. W wielu przypadkach pozwalają one na znacznie lepsze zrozumienie niektórych pojęć i zależności, niż poprzez wyjaśnienia teoretyczne.

Opracowanie nie zawiera głębszych rozważań terminologicznych i metodologicznych. Nie daje również podstaw historycznych czy geograficznych, ani nie prezentuje wyników badań. Wiele z zagadnień potraktowanych zostało z dużym uproszczeniem, a niektóre jedynie zasygnalizowano. Tak jak sugeruje tytuł pracy, ukazuje ona podstawy turystyki. Sama jej objętość nie pozwala na szersze rozwinięcie tematu. Przykłady przytaczane przez autora pochodzą głównie z Wielkiej Brytanii i Stanów Zjednoczonych, a rzadko nawiązują do sytuacji w krajach Europy Wschodniej, dlatego często odbiegają od polskich realiów. Z tych względów publikacja nie może być traktowana jako podręcznik podstawowy, lecz jako pozycja uzupełniająca podręczniki zawierające zagadnienia terminologiczne i metodyczne, bądź jako wprowadzenie do prac specjalistycznych.

Dużym walorem *Podstaw turystyki* jest bardzo przejrzysta szata graficzna. Brak w nich niestety, bibliografii, a o materiałach źródłowych dowiadujemy się z podziękowań zamieszczonych na początku książki. Praca napisana jest prostym, przystępnym językiem, bez stosowania niezrozumiałych terminów i żargonu naukowego. Sposób prezentacji treści i mnogość ćwiczeń kwalifikują opracowanie do prac o charakterze popularno-dydaktycznym, skierowanym do osób rozpoczynających działalność turystyczną i studentów na poziomie początkującym. Dla praktyków, a tym bardziej fachowców, będzie raczej mało przydatna. Niemniej należy podkreślić, iż w stosunku do innych książek, które ukazały się ostatnio na polskim rynku, jest to publikacja ciekawa i nowatorska, odbiegająca od tradycyjnych podręczników.

Mgr Małgorzata Rodacka
Studium Doktoranckie Geografii
Uniwersytet Łódzki
al. Kościuszki 21
90-418 Łódź

Wpłynęło:
15 stycznia 1997 r.